

股票代码：002270

股票简称：华明装备

## 华明电力装备股份有限公司

### 投资者关系活动记录表

投资者关系活动类别	<p><input checked="" type="checkbox"/>特定对象调研 <input type="checkbox"/>分析师会议</p> <p><input type="checkbox"/>媒体采访 <input type="checkbox"/>业绩说明会</p> <p><input type="checkbox"/>新闻发布会 <input type="checkbox"/>路演活动</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>现场参观</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>其他 电话会议</p>
参与单位名称及人员姓名	<p>Allianz Global: Kevin You; Bank Of China: John Cai; Broad Peak Investment Advisers: Xiao dong Shi; East Capital Asset Management: Hao Zhang; Fullgoal Fund Management: Yunze Wu; Hillhouse Capital Management: Keyue Li; Invesco: Raymond Ma; JP Morgan AM: Li Tan、Simmy Qi; Millennium Partners: Tim Cheung、Yangming Wang; Neuberger Berman: Janice Zhang; Nomura Asset Management: Emily Wu; Ping An Insurance Co Of China: Peter Cao; Pinpoint Asset Management Co: Robin Lin; Schonfeld Strategic Advisors: Howard Pang; Shikhara Capital (Hong Kong) Private Limited: Marcus Chu</p> <p>泰康资产：李帛洋、刘宁、庄珺涵、林崇平、王琦、郭晓燕、颜媛</p> <p>景顺长城：张雪薇、赵思轩、陈小莹、周寒颖、曾英捷、朱冰文</p> <p>泰康香港：李睿</p> <p>汇添富基金：吴江宏、袁建军、李超</p> <p>工银瑞信：姜芸、何肖韵、张剑峰</p> <p>华富基金：石正杰、邓翔</p>

	<p>华安基金：陈泉宏</p> <p>施罗德基金：张晓莹；宁泉资产：易际泉；泉果基金：张希坤；禾其投资：王奇琪；信达澳亚基金：潘辰云；华泰证券：赵宇辰、苗雨菲</p> <p>鹏华基金：黄奕松、苏东、邱成岳、胡颖、孟昊、张华恩、刘玉江、范晶伟、赵乃凡、王天铄</p> <p>富安达基金：张心怡</p> <p>长城基金：申忆扬、廖瀚博、周诗博</p> <p>摩根士丹利基金：陈修竹</p> <p>富国基金：孙萌、方竹静、武云泽；民生证券：邓永康、王溪、许浚哲</p> <p>光大保德信基金：林晓凤、徐育新</p> <p>南方基金：梁嘉铄</p> <p>人保资产：华旭桥、李欣雨、叶忻、吴若宗、刘佳</p> <p>盘京投资：林森、陈勤、崔同魁</p> <p>中银基金：李建、时文博、阎安琪、周斌、黄珺、时文博、郭毅</p> <p>永赢基金：陈思远；国信证券：王晓声、袁阳</p> <p>汇添富基金：童心、刘伟林、陈潇扬、胡昕炜、赵鹏程、董超、李超、刘昇、袁锋、李华伟、吴江宏、林淦、林炜、黄梓淇、曹诗扬</p> <p>富达国际：Jeffrey Wang; Bunny;Theresa、Tina Tian、Flora Wang、Allen Yang</p> <p>旭松投资：张泽政</p> <p>华夏基金：黄宗贤、刘强、林晶</p> <p>聚鸣投资：胥本涛；东吴基金：谭菁；民生加银基金：田文涛；交银施罗德基金：何帅、刘庆祥；高竹基金：李心宇；金信基金：黄逸凡；淡水泉：柏杨；宝盈基金：宋可嘉；太平洋证券：刘强、万伟</p>
--	--

	大成基金：刘峰、魏庆国 国寿养老：洪奕昕、龚嘉斌、郭琳、张欣露
时间	2024年8月12日 10:00-11:00 电话会 2024年8月12日 11:00-12:00 电话会 2024年8月12日 13:00-14:00 电话会 2024年8月12日 14:00-15:00 电话会 2024年8月12日 15:00-16:00 电话会 2024年8月12日 16:00-17:00 电话会 2024年8月13日 10:00-11:00 电话会 2024年8月13日 11:00-12:00 电话会 2024年8月13日 13:00-14:00 2024年8月13日 14:00-15:00 电话会 2024年8月13日 15:00-16:00 电话会 2024年8月13日 16:00-17:00 电话会 2024年8月14日 09:00-10:00 电话会 2024年8月14日 10:00-11:00 2024年8月14日 11:00-12:00 电话会 2024年8月14日 13:00-14:00 电话会 2024年8月14日 14:00-15:00 电话会 2024年8月14日 15:00-16:00 电话会 2024年8月14日 16:00-17:00 电话会 2024年8月15日 09:00-10:00 电话会 2024年8月15日 10:00-11:00 电话会 2024年8月15日 11:00-12:00 电话会 2024年8月16日 10:00-11:00 电话会 2024年8月16日 13:00-14:00 电话会 2024年8月16日 14:00-15:00 电话会 2024年8月16日 15:00-16:00 电话会

	2024年8月16日 16:00-17:00 电话会
地点	公司
上市公司接待 人员姓名	董事会秘书：夏海晶
投资者关系活 动主要内容介 绍	<p><b>1、上半年国内收入网内跟网外大概是怎么样占比？能否具体拆分下游情况？</b></p> <p>23年网内外占比差不多接近四比六，今年上半年同去年变化不大。网外下游相对非常分散，跟整个经济发展各个领域都息息相关，因为公司处于相对上游的环节，没有办法对最终的下游做非常准确的统计。</p> <p><b>2、为什么网外占比高于网内？</b></p> <p>网内主要以电网为主，网外市场包括了所有的工业和基础设施建设需求，如硅料、电炉变、铁路、公路、机场、酒店等建设项目，这些需求量在有产业驱动时会远大于纯电网的需求。因此，在产业发展比较好的周期内，网外市场的需求通常大于网内市场，但这个比例不是一成不变，网内通常可以保持稳定增速，网外投资会随周期波动。</p> <p><b>3、公司对网内外未来增速怎么看？</b></p> <p>网内主要是电网，电网投资具有计划性，相对来讲比较平稳。网外同经济发展及产业结构有关，不确定性较强，公司过去几年因新能源上下游及新能源汽车产业链的驱动保持了较高的增速，这一轮驱动已经持续两三年的时间，相对来讲在国内也很难再有长期驱动，并且在本身高基数的情况下，增速放缓也比较合理。未来主要看是否有新的产业驱动，目前没有办法预测。</p>

#### 4、公司目前的订单情况？全年怎么看？

上半年由于春节及原材料价格波动都影响了变压器厂订单的节奏，因此对公司的订单节奏也产生了一定影响，公司交付是比较快的，从收入也能看到订单的情况。目前随着原材料价格趋于稳定，项目开工意愿逐渐恢复，订单节奏也逐渐恢复正常，从过去看，在没有大的行业颠覆性因素出现的情况下，下半年的表现通常会好于上半年，原材料价格波动的影响可能在全年来看波动有限，但是对个别季度会有一些影响。

#### 5、公司订单的交付周期？

目前国内订单的交付周期基本上一个月左右，海外订单的交付周期大概需要两到三个月时间，个别海外订单的交付时间会长一些。

#### 6、上半年直接出口的增速怎么看？

23 年上半年的收入和同比增速较高有基数和一些特殊原因，22 年上半年有特殊情况以及部分 21 年和 22 年延迟的订单在 23 年上半年交付。公司此前也多次提到，目前公司的海外布局还较为局限，除了个别重点市场，公司海外市占率并没有明显提升，也很难短期快速提升，考虑本身行业增速有限，短期供需错配能再提供的增速较难持续，所以上半年直接出口规模收入水平还是正常情况。但上半年公司间接出口增速显著，订单增长也较快，去年以来公司也多次提到随着全球变压器产能重心向中国转移，间接出口有可能更能反应海外业务的发展情况，并在未来几年增速甚至占比都超过直接出口，上半年也呈现了一定的趋势，原本直接出口的项目部分可能就变成了间接出口。总体看直接+间接出口占比上半

年超过了 25%，整体增速约 15%，还是比较令人满意的。

### **7、上半年直接出口的分布是怎么样的？**

目前欧洲（含俄罗斯）是公司海外收入最大的市场，剩下主要是东南亚、巴西、美国等公司有布局的区域，在当地已经形成了稳定的收入。其他区域市场波动较大，没有稳定的状态，目前不具备参考的价值。

### **8、公司在海外的发展情况未来怎么看？**

海外市场发展空间很大，盈利水平很高，也是公司比较看中的市场，但公司在海外的发展需要靠时间，需要大批量产品拉长周期去验证产品的可靠性及稳定性，才能打开市场。公司目前在海外主要是布局的阶段，包括在东南亚建设装配及试验工厂以及拓展现有海外市场，目前公司在海外市场的品牌影响力、服务团队的布局以及历史的积累等方面相对来看并不具备竞争优势，还有很长的路要走，这也是一个量变慢慢积累到质变的过程。

### **9、公司目前在海外市占率比较低，未来提升市占率的潜力？**

首先用户希望通过引入新的供应商来改善现有的供应格局和提升议价能力，因此愿意尝试新供应商的产品并给予机会。公司对自身产品的质量和技术水准有信心，相信只要有机会，即使初始采购量有限，随着时间推移和产品质量的不断印证，公司有信心能够逐步扩大市场份额，长远来看，公司产品的价格也会具备相对优势；其次公司凭借快速响应和定制化服务，依托全产业链生产模式和 80%零部件自制率，实现自主设计、研发和制造，能够在保证质量和效率的同时灵活满足客户的特殊需求和定制化要求，从而增强市场竞争

力；最后，公司通过当地化布局，招聘当地的员工、在当地缴税等方式深入融入当地，用时间来逐渐缩小同竞争对手的差距。

#### **10、公司在海外的发展除了布局的区域外有没有一些其他的规划？**

目前公司在土耳其有装配及试验工厂，在美国、巴西有销售及服务团队，目前正在推进东南亚工厂的建设并同步搭建欧洲的销售及服务团队，美国市场的布局有待评估后确定。

公司主要从效率和产出的角度综合衡量布局的区域，美国是海外电力设备需求最大的单一市场，从提升公司海外收入角度来讲效率最高，所以公司优先把资源倾斜在效率更高的区域，剩余的需求规模较为有限。如果欧美市场开展不太顺利，公司会考虑在中东或者亚非拉加大进行布局。从发展的角度来看，如果当地有足够的市场规模可以覆盖支出，我们会考虑在当地进行团队或者产能的布局，美国市场因其可见的市场空间具有特殊性。从海外各个市场需求增长的维度来看，公司目前海外的布局相对合理且高效，短期不会考虑其他的方向。

#### **11、美国市场具体推进的进展？**

过去几年受政策限制，公司在美国市场没有主变的分接开关订单，今年以来陆续接到一些主变的分接开关订单，直接出口和间接出口都有，已经形成一个相对比较常态的状态，但规模有限。美国市场主流的是外挂式分接开关产品，公司过往也有发货，目前正在做新一代产品的研发试验，目前试验进度受第三方实验室排期影响。新产品的订单及投运结果对于未来美国市场的布局很关键，如果产品能投运，公

司会考虑直接在美国市场布局产能，但是从订单到投运也至少需要半年以上的时间。

### **12、公司对后续美国市场怎么评估？**

美国市场是海外电力设备需求最大的单一市场以及最有潜力的市场，也是能够带来快速增量的市场，该市场的困难长期存在，公司目前不会因为不确定的因素放弃这一市场，会继续推进前期的各种准备工作，也会同步对接美国市场的业务。

### **13、为什么美国放量的速度偏慢一些？**

公司的产品主要应用于高电压等级，这一类产品本身的需求量相对来讲要少于配电端，并且公司目前在海外处于初期的布局阶段，渠道、服务以及品牌效应等处于初步搭建的过程，海外的发展是一个慢慢量变积累到质变的过程，这需要时间。加上美国市场过去受到一些政治因素影响，许多客户认识到有新的选择也需要更多时间。

### **14、未来美国市场大概会有什么样的时间节点？**

美国市场的关键在于外挂式产品能否得到客户认可并下订单，公司对产品比较有信心，拿到订单之后需要看产品能否正常投运，这大概需要半年的时间，投运后公司会考虑在美国进行产能布局。

### **15、公司沟通的美国客户主要是哪些类型？**

电力公司、发电企业、新能源客户或者变压器厂等各种类型的客户都有接触，全球的客户类型都比较一致。

### **16、美国的订单是否有区域和政府的差别？**

美国目前订单规模有限，主要根据客户的需求去匹配产品，没有明显的地域差别。

#### **17、公司对俄罗斯业务怎么看？**

尽管面临复杂的制裁规则，但公司会在合规的前提下继续推进当地市场的业务，目前公司在当地市场的订单也一切正常。目前公司正在搭建对当地市场业务的前置的审核程序，会基于规则调整内部的策略，对于可能涉及敏感行业的下游客户或项目，公司将审慎评估并做出必要的取舍，确保业务的合规性。

#### **18、公司目前在俄罗斯工厂的进度？**

目前已经正常开工，公司在当地的业务有一定的规模，因此具备在当地建设工厂的需要，此外，我们同合作方也有在特定条件下回购土地厂房的保障条款，相对来讲风险较为可控。

#### **19、公司在东南亚产能的进展？**

东南亚工厂选址在印尼，主要是装配及试验工厂，目前正在按部就班的推进，最快年底可以进行试生产。

#### **20、公司在土耳其、巴西等地为什么相对来讲比较容易进去，是否有一些特殊的渠道？**

土耳其可以连接欧亚大陆以及辐射中东、北非的市场，并且也是变压器出口大国，巴西市场主要是国网在当地进行投资，公司在这两个地区进行当地化布局有一定的契机，在当地销售及团队搭建后，能够对客户的需求快速响应，也逐步获得了客户的认可，市占率也逐步提升。

### **21、公司在欧洲的策略是什么样的？**

公司在海外任何市场都很难，在海外的市占率还很低，竞争对手拥有七八十年行业发展积累下来的品牌、完善的销售渠道及网点等的优势，公司短期内难以打破，对于公司来讲，公司首先需要保证产品质量，靠时间去验证产品的可靠性以及提升品牌的影响力，并且尽可能在这样的情况下通过当地化布局、营销及服务等方式提升并稳固当地市场份额，提高客户对公司产品的认可及信赖。

### **22、公司怎么将产品销往欧洲？**

一般采用直销为主，在一些市场前期发展过程中也会考虑经销商或合作的模式，经销商更多类似于服务中介，提供信息给公司，由公司来直接对接客户，公司目前也正在同步搭建欧洲本地的销售及团队。

### **23、公司产品主要销往欧洲哪些国家？目前的团队布局进展？**

目前公司产品主要销往欧洲主要几个大的国家，如德国、意大利、法国、土耳其等等。公司今年计划在欧洲布局销售及团队，但目前因为行业景气度较高，当地人的招聘需要时间，但公司会继续推进，公司的直销团队也会同步对接欧洲的业务。

### **24、欧洲市场怎么看？未来的曲线及可能性？**

产品需求主要跟经济规模挂钩，欧洲市场是海外除了美国市场以外需求最大的市场，但欧洲本身特别分散又是竞争对手的所在地，历史积累较深，具有先发优势及品牌优势，竞争对手的销售团队、渠道及售后服务也已经很完善，短期难以打破，公司在欧洲市场的发展需要时间，需要量变积累

到质变，但是具体时间不好预测。

**25、公司在欧洲认证周期大概的时间？**

公司产品目前已经进入包括欧美在内的上百个国家及地区，欧美等相对较为开放的市场通常更愿意给中国产品展示机会，也容易接受公司产品，但下游客户更为看重产品长期性能的综合评估，通过长周期的考察去验证产品的可靠性及稳定性，而不仅仅是前期产品的认证。

**26、公司出口会在专利这块有什么问题吗？**

所有涉及知识产权的争议公司目前已经全部解决。

**27、数据中心是否会用到公司的产品，主要是什么电压等级的产品？目前怎么看？**

算力中心或者数据中心都需要也有已经使用公司的产品，电压等级取决于项目规划，只是目前还没有看到很明显的的需求变化，未来是否有影响还要再观察。

**28、公司间接出口规模跟中国变压器出口的绝对值有一定的差距，如何理解？**

公开的中国变压器出口的数据包含多种变压器类型，公司产品主要应用于 35kV 及以上的变压器上，因此数据参考性有限。此外目前仅小部分间接出口的变压器使用公司的分接开关产品，但随着全球变压器产能向国内转移，公司间接出口的占比有希望进一步提升。

**29、间接出口能够到什么样的天花板？**

间接出口的发展空间同中国变压器整体出口规模以及海外变压器厂是否进一步扩大在中国的产能都有关，这是一个

动态的过程。目前来看，很多变压器厂选择在中国布局产能主要是因为中国供应链的效率最高，公司上半年也确实出现了间接出口增速快于直接出口增速。

### **30、如何确定订单是间接出口的订单？**

产品的质保、说明书和配套附件等事项会涉及到不同语言的选择，通常用户会提前同公司确认，因此公司可以知道产品的使用地区。

### **31、间接出口对接的变压器厂家有哪些？**

过去以外资变压器厂家为主，今年开始国内厂家的占比明显提升，不仅有国内头部的变压器厂家，一些小的变压器厂家的间接出口订单也在增多。

### **32、公司对非洲市场怎么看？**

产品需要主要取决于经济总量和人口，因为非洲经济体量有限，所以需求也相对有限，但公司也会持续关注各国的具体情况，实时跟进及评估各个市场的发展潜力。

### **33、公司怎么看中东市场？**

中东市场目前主要是石化能源转型到新能源带来的需求，公司在中东的光伏项目中也有产品应用，也在逐步寻找机会慢慢突破。市场对公司产品需求与经济总量和人口息息相关，目前欧美和东南亚市场是公司更为关注的区域。

### **34、分接开关行业竞争格局怎么样？**

从全球的行业发展看，海外经过七八十年发展主要就剩下一家，国内三十年发展剩下的主要是华明。公司是国内分接开关龙头企业，虽然部分型号也有一些其他小厂家在做，

但规模较小,国内没有成规模的竞争对手。

### **35、公司未来市场份额提升的空间？**

短期内公司在国内的市场份额已经比较稳定，增长或更多体现在提升高端市场的销售规模的占比而非数量增长，这一替代过程是长期而渐进的。与此同时，海外市场目前占有率较低，具备增长潜力，但其发展同样需要时间来逐步拓展和深化。

### **36、变压器厂家为什么不自己做分接开关？**

变压器厂家很难将产品销售给竞争对手，无法提升规模，分接开关占变压器成本的 5%-15%，并不是很高，但是做起来配套很复杂，对于变压器厂家来说自己做不具备经济性也没必要自己做。

### **37、行业的核心竞争要素是什么？**

主要是产品的可靠性，这种可靠性需要长期去验证，也才能形成产品的口碑和品牌，并且产品本身制造难度很大，公司自己配套有近万种零部件，涉及不同的工艺、材料及种类，在零部件加工和装配的环节，也会有很高的一致性和精度的要求。行业相对细分且小众，市场空间有限，公司在这个行业内有先发优势，新进入企业在产品质量、制造工艺以及品牌等方面很难去弥补这种差距。

### **38、公司制造方面的难点有哪些？**

公司分接开关产品高度定制化，生产一万台产品可能涵盖上千种规格和型号，每台产品都可能在设计及装配上有差异。产品涉及的零配件众多，奉贤工厂有近万种配套零部件，不同的零部件涉及不同的制造工艺，并且产品本身涉及

机械、电力、材料等多个领域的技术。在这种高度定制化的制作过程中，只有依靠人工去进行装配，也让确保零部件和每台产品达到稳定和统一的加工和装配精度的难度更大，每一个组装工序甚至每一个零件加工都可能构成一个制造环节的技术难点，叠加起来就是巨大的壁垒。公司已经积累了足够的经验，有上千副的工装模具，有复合型的生产和技术管理能力，这些都是在三十多年的发展中一点点积累起来的。

### **39、公司零部件加工流程有多少个？**

公司零部件生产车间有十几个，装配产线有十几道工序。

### **40、公司产品同竞争对手的差距有哪些？**

公司认为从技术参数及整体稳定性来看公司同竞争对手并没有明显差距，但是客观上还是要承认德国制造在很多基础零部件生产的工艺水平和零部件加工的一致性和精度上还是有优势的。此外，竞争对手是百年老店，又是德国品牌，在海外拥有完善的销售渠道及网点，公司在海外市场的布局时间还很短，所以与历史悠久的品牌相比，我们仍需时间沉淀。

### **41、公司产品同竞争对手价格的差异？**

如果同一个客户的不同项目，客户可以接受两边报价，公司价格同竞争对手差别不大，如果该市场被竞争对手垄断，公司同竞争对手的价格差异会很大。

### **42、公司的分接开关产品同在变压器中其他组成的部分的厂家做的产品在客户使用方面差异性是什么？**

公司产品主要应用于 35kV 及以上的变压器，变压器通过

分接开关来进行调压，分接开关也是变压器中唯一带电动作的组件，类似电脑中的芯片，也是变压器中最关键的设备。

#### **43、变压器是否有频繁切换电压的需要？**

变压器在电力系统中承担着调节电压的重要作用，以应对电网传输与分配过程中的动态变化与波动。这些变化包括长距离输电导致的线路损耗、随时间段变化的用电高峰（如工厂日间的生产高峰与居民夜间的用电高峰），以及电网负荷在空间上的不均衡分布。通过精细的电压调节，变压器确保了电力能够顺畅地从高负荷区域流向低负荷区域，同时有效防止了因电压过高可能损害设备或电压过低引起供电不稳定的情况，如照明设备的闪烁。为了满足电网稳定性的需求，电压调节必须持续进行，以灵活适应不同传输条件、电流变化及负荷波动，从而确保电力供应的可靠性和高质量的电能输出。

#### **44、分接开关在变压器中调压频率的高低？**

调压频率的高低主要取决于变压器使用的环境。

#### **45、分接开关使用场景变化很大，但控制的工艺相对标准，为什么没办法做成兼容的产品？**

分接开关不同应用场景有着不同的需求，如果做成通用型产品，要求更高的同时价格也会更高且变压器也需要进行调整，变压器成本相对较高，不具备经济性。

#### **46、公司的订单分电压等级的占比是什么？**

变压器需求呈金字塔结构，电压等级越低规模越大。从台数占比来看，绝大部分都是 220kV 以下，220kV 以上的占比相对偏低。国内国外都是差不多的分布。公司订单分布也

差不多如此。

**47、公司很少拆分产品的价格及数量，原因是什么？**

公司每年上万台出货量可能涉及上千种规格及种类，很难找到完全一模一样的产品，因此很难对每种类别进行具体销售规模的拆分，并且由于个别类别的数量较少，数据参考性也很有限。

**48、不同开关的价格不同，跟容量是否有关系？**

不同产品的设计及需求都不相同，产品价格同产品规格、参数、型号、切换档位要求等环节都有关系，同一电压等级的产品也有可能价格不同。

**49、如果电压等级上升，分接开关价格的变化幅度大吗？**

分接开关的单价跟电压等级关系不大，高电压等级的产品也可能价格比较便宜，低电压的产品也可能价格比较高。但特高压直流的有载换流变相对来讲单个价值量最高。

**50、公司价格体系如何？**

公司的全球价格体系基本稳定，无论是国内还是国外，通常按照产品定价，不会频繁调整价格。

**51、未来高压的变压器需求占比可能会提升，对公司是否有影响？**

电网架构相对较为稳定，如果增加高电压等级的变压器，对应下面的主干网和配网变压器的需求的数量会更多，这是由电网架构需求决定的，因此高电压等级变压器的需求可能占比相对较为稳定，数量就取决于新增需求了。

**52、特高压的业务公司未来规划？**

公司的特高压分接开关产品处于刚刚起步阶段，第一台特高压的产品供货给南网，在 2022 年已经挂网。公司去年 10 月底也与国网签订了批量化销售的订单，今年 6 月份已经公告交付完毕，但还没有现场投运，后续需等到运行一定时间后才能慢慢提升份额。不排除特高压这两年会获得一些很小批量的订单，但对收入可能影响极小。

**53、公司有配电用的电力电子产品，能否介绍一下为什么要开发这种产品？**

这一产品目前还是试验性产品，探讨未来在配网应用中是否具备可能性，目前公司第一台配网用的电力电子产品已正式挂网试验，目前尚不确定是否能成为批量化产品及需求规模，但公司也看到这为解决目前及未来配网压力提供了新的思路。

**54、公司真空开关收入的占比情况？出口情况？未来趋势？**

上半年公司真空开关出货量同去年相差不大，收入占比会高于非真空产品。目前公司出口主要以真空开关为主，真空开关占比的提升是一个渐进的过程，但从海外市场看这是长期的确定趋势。

**55、海风变压器相关的分接开关的技术路线及价格大概是怎么样的？目前在我们的收入占比情况？**

产品目前还处于持续的研发及试验阶段，在整体收入中占比并不高，产品单个的价值量也不高，结构及材料成本都相对较小，但这类产品的需求量很大，未来也可能会应用到

出口的风电项目中。

**56、公司目前产能利用率情况？**

近几年公司的整体产能利用率有明显提升，目前组装产线处于相对饱和状态，零部件配套还有余量，随着公司销售规模的扩大以及工艺和程序上的改进，产能利用率有望进一步提升。目前公司的产能布局已足以应对未来一段时间的市场需求，未来公司随着在建产能、海外扩产以及产能利用率的提升，产能也会逐步提升。实际上过去几年公司员工人数几乎没有增加，但产值增加明显。

**57、公司目前的扩产情况？**

在国内，公司前几年主要是对遵义基地进行扩产，遵义基地扩产完成后国内基本上不会在做扩产，未来更多投入会在生产效率、工艺优化、流程和自动化改进上。公司在海外主要以装配和试验工厂为主，目前公司在土耳其已有装配及试验工厂，正在推进印尼工厂的建设，这是一个循序渐进的过程，公司也会根据当地的市场需求去匹配相应的团队规模及产能，而不是一味追求规模扩张。并且公司海外产能的布局更多是为了服务当地及周边市场，有助于公司品牌建设，而不是出于产能的考量。

**58、质保期一般会多长时间？产品的使用周期？**

产品质保期一般是 18 个月。产品的寿命主要跟随变压器的寿命，取决于变压器更新速度和本身使用状况，国内相较于国外更新换代的周期会短一些。

**59、对于 3 月份设备更新换代的政策，怎么理解？**

目前没有看到直接有关联的需求，这是一个长期持续更

新的过程，很难在某一年提供很大的增量，但在设备更新的大背景下，许多高能耗的装备制造企业可能会维持甚至提升产能和产量，可能会间接拉对电力设备的需求。

**60、检修业务现在情况怎么样？未来增长主要靠什么？**

检修服务订单增速较为稳定，但订单完成率不高，检修业务的季节性特点在国内非常明显，造成实际可工作的时间窗口较短，并因此面临人手安排的困难。未来国内主要依靠技术性手段提高人工效率，随着海外保有量提升也可以支撑海外检修业务的发展，该业务发展潜力仍然很大，也是公司很重要的业务发展方向。

**61、分接开关产品或者技术方面可能提升的空间？**

主要提升的方向在于产品的安全性及可靠性，在内部结构上也存在多种提升的可能性，包括改进绝缘材料、进行一体化调整、优化零部件性能等。

**62、公司在生产上还有哪些方面可以自制或者国产化以及后面自动化提升的空间及效率？**

公司会逐步提升产品自动化，每年也会有固定的支出投入技改及自动化，目前公司零部件已经全部国产化，可以完全依托国内供应链去生产产品。

**63、公司 2023 年年报提出长期目标四年净利润翻倍，站在这个时点判断，公司对这个目标是否有变化？**

公司当时制定这个目标考虑了国内外短期和中期的情况，也提示过未必是一个平均增长的过程，这个目标的达成需要国内外共振，包括国内电网下一个投资周期及可能美国市场的业绩释放，目前公司对目标没有调整。

**64、电力工程上半年收入增长比较快的原因？对电力工程业务的展望？**

今年上半年到了项目收入确认的节点，因此是比较正常的情况。从公司角度希望在控制成本的情况下推进业务，也会根据业主方的需求协调项目节奏，目前没办法完全确认下半年的开工及确认节奏。未来公司会优先考虑在回款效率的情况下适当开展相关业务。海外工程方面，公司需要在海外有一些标志性的工程项目，通过提升公司在当地市场中的品牌知名度和影响力，建立品牌效应以更好地打开当地的分接开关市场，如果有机会可以在海外开展工程业务，其利润率水平也会远远超过国内。

**65、数控设备业务收入波动的原因？下游主要有哪些？**

上半年主要是因为制裁原因，无法对俄罗斯销售，海外出口收入因此受到影响，国内毛利又持续下降，数控设备的下游主要是生产铁塔钢结构的厂家。

**66、公司出口产品会受海运成本或者时间的影响吗？**

公司海外出口产品的规模比较有限，相对来讲有影响但不是很大。

**67、原材料价格波动对公司的影响？**

公司使用的是多种基础原材料，如铜粉、钢锭、铝锭、钨粉、锡粉，环氧树脂等，单项成本占比都不高，实际采购额有限。从年报中也可以看到公司前 5 大供应商采购额并不高且都不是铜粉、钢锭等这些原材料。只要原材料价格不会长期上涨，不会对公司成本有重大影响。随着业务结构和产品结构优化也能对冲原材料上涨带来的影响。但是原材料价

格上涨可能会影响公司下游客户变压器厂的排产节奏及下订单的节奏，间接导致公司的订单节奏受到影响，可能短期间接的影响会更大。当然如果原材料价格长期持续的快速上涨肯定会对公司毛利率有影响。

#### **68、公司上半年毛利率略微提升的原因？**

上半年公司出口收入占比增加、去年签订的批量特高压产品订单在上半年完成交付以及检修服务收入略有提升都有一定的影响。

#### **69、分接开关业务的毛利率未来怎么看？**

未来毛利率的稳定取决于收入的增长和成本的控制。海外建厂、人力成本以及原材料成本增加都可能对毛利率产生不利影响，但在收入增长的前提下，通过海外收入占比提高，公司有信心维持现有的毛利率水平，但要说一直增长，也很难实现。

#### **70、公司未来费用率的规划？**

公司把降本增效作为长期目标，整体费用率也处于持续改善的状态。公司收购长征电气后销售费用率在逐年改善，但从公司本身的业务特点出发，需要同时维护直接和终端用户，销售费用率下降的空间有限，并且也可能会因为海外收入增长出现相对波动。管理费用率相对来讲会保持稳定。财务费用在过去几年受汇率影响而有所变动，目前公司没有太大的有息负债，未来会根据业务需要合理负债。

#### **71、客户的付款节奏是什么样的？**

对于分接开关业务，收款方面一部分客户现款提货，一部分客户会有 3-6 月的滚动账期，对于比较大的战略客户，

会在当年底结清。

### **72、公司未来的资本开支计划？**

国内没有太多资本投入计划，产线、扩张产能及零部件布局也基本完成，每年主要是技术改造、零部件工艺优化、质量管理体系提升以及通用化和一体化生产加工等方面的投资，资本开支相对来讲比较稳定，暂时没有其他大额开支。公司在海外主要以装配工厂和销售及服务团队为主，资本开支并不大，并且公司在海外的资本开支是一个持续且循序渐进的过程，不会一次性完成，会根据具体规模、产能需求和人员配置等因素分阶段投入，因此不会出现某一年资金压力特别大的情况。

### **73、公司回购及股权激励计划？**

公司目前暂无回购或者股权激励计划，后续如有会进行信息披露。

### **74、公司管理层的情况？**

公司目前逐渐向职业经理人的方向转变，职业经理人具有专业的商业知识和经验，能够为公司带来更高效的运营和管理。公司董事长主要负责制定公司战略，公司日常经营管理都是由经理层来负责。目前也已经有更多年轻人进入到了管理团队中。

### **75、公司对于分红的考量？**

公司 2023-2025 三年股东规划中已将现金分红调整为不少于当年实现可分配利润的 60%，这也反应了公司对未来的经营情况和发展的信心。此外，公司业务现金流强劲、负债率低且账上拥有足够的现金储备，具备实现高分红的能力。

	因此公司希望未来能够维持稳定的分红政策，但具体情况还是要根据当时所处的经营情况和资金需求来安排。过去两年分红率对未来净资产有影响，也会间接影响负债率，公司会根据各方面情况平衡。
附件清单	无